XIV. JAHRGANG Nº 12 21. MÄRZ 1914.

SCHWEIZ. KONSUM-VEREIN

ORGAN DES VERBANDES SCHWEIZ. KONSUMVEREINE (V.S.K.)

✡ ✡ ✡ ✡ ✡


REDAKTION UND ADMINISTRATION: BASEL, THIERSTEINERALLEE 14
DRUCK UND VERLAG: VERBAND SCHWEIZ. KONSUMVEREINE (V.S.K.)

Genossenschaftlicher Arbeitsmarkt.

Nachfrage.

Selbständige, erfahrene Verkäuferin für Manufakturwaren findet sofort oder nach Uebereinkunft dauernde, gut bezahlte Stelle. Tägliche Arbeitszeit 9½ Stunden. Anmeldungen mit Photographie nebst Zeugnissen und Angaben über bisherige Beschäftigung sind sofort zu richten unter Chiffre A. 150 B. an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Jüngerer, tüchtiger **Bäcker** findet auf 1. April a. c. Stelle als zweiter Arbeiter. Lohn nach Regulativ. Anmeldungen nebst Angabe der bisherigen Tätigkeit nimmt entgegen die Verwaltung des **Konsumvereins Turgi-Untersiggenthal und Umgebung in Turgi (Aargau).**

Gesucht. Wir suchen auf Anfang — Mitte Juni ein Ehepaar, das die Führung des Ladengeschäftes zu besorgen hat. Nur tüchtige, im Verkauf erfahrene und gut empfohlene Leute wollen sich unter Vorlage von Zeugnissen und Referenzen melden. **Allgemeiner Konsumverein Laufenburg.**

Gesucht per sofort zur Aushilfe für zirka 3 Monate ein tüchtiger selbständiger **Bäcker,** der mit den neuesten Maschinen und Einrichtungen einer Bäckerei gut vertraut ist. Offerten mit Zeugnissen beliebe man an die **Allgemeine Konsumgenossenschaft Bellinzona** zu richten.

Angebot.

Tüchtiges, verkaufsgewandtes Ehepaar, sucht auf April eine **Verkaufsstelle** in grösserer Ortschaft. Offerten unter Chiffre A. M. E. 12 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Junges, seriöses, branchekundiges Ehepaar sucht Stelle als **Laden- und Magazinpersonal,** eventuell Uebernahme einer Filiale. Offerten unter Chiffre J. K. 205 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Wir suchen für 16 jähriges Mädchen mit zweijähriger Sekundarschulbildung Stelle als **Lehrtochter** in einem Konsumverein. Eintritt auf 1. Mai. Offerten unter Chiffre H. F. 58 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Tüchtiger, solider **Chauffeur,** verheiratet (mit eigenem Werkzeug), der alle Reparaturen versteht und sich auch andern Arbeiten unterzieht, sucht gestützt auf gute Zeugnisse und Referenzen Anstellung in einem Konsumverein. Offerten unter Chiffre F. W. 100 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Junge, tüchtige Person sucht Anstellung als **Verkäuferin** in einem Konsumverein. Bewerberin wäre geneigt, auf eigene Kosten einen Verkäuferinnenkurs des V. S. K. in Basel zu nehmen. Offerten unter Chiffre M. S. 2010 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Junges, tüchtiges Ehepaar sucht **Verkäuferstelle.** Im Aquisitions- und Verkaufswesen perfekt. Landkonsum bevorzugt. Prima Referenzen zur Verfügung. Offerten unter Chiffre A. B. 123 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Junger, tüchtiger, selbständiger, verheirateter **Bäcker** und **Konditor** sucht Stelle als erster Konsumbäcker. Antritt Mitte April oder Anfang Mai. Offerten unter Chiffre B. A. 66 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Tüchtige, zurzeit in einem Konsumverein tätige **Verkäuferin** sucht sich zu verändern, am liebsten nach Zürich oder dessen Umgebung. Prima Zeugnisse stehen zu Diensten. Gefl. Offerten unter Chiffre P. E. 70 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Für einen tüchtigen, intellig. Jüngling mit guter Schulbildung und prima Zeugnissen, gegenwärtig in der franz. Schweiz (Sprachbildung), wird eine Stelle als **Bureau- oder Magazinbureaugehilfe** in einem Konsumverein gesucht. Eintritt Mitte April oder später. Offerten sind zu richten unter Chiffre H. L. 240 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

SCHWEIZ·KONSUM-VEREIN
ORGAN DES VERBANDES SCHWEIZ·KONSUMVEREINE (V·S·K)

XIV. Jahrgang Basel, den 21. März 1914 No. 12

Wöchentlich erscheint eine Nummer von 8—16 Seiten Text. Abonnementspreis Fr. 4.40 p. Jahr, Fr. 3.— p. 6 Monate, ins Ausland unter Kreuzband Fr. 7.— p. Jahr

Motto: Das Schweizervolk kann seine wirtschaftliche Selbständigkeit gegenüber dem Ausland nur behaupten und im Innern zu grösserem Wohlstand und höherer sozialer Gerechtigkeit nur fortschreiten, wenn es seine Konsumkraft organisiert. Die genossenschaftliche Zusammenfassung dieser Kraft ist daher für uns eine Lebensfrage: Sie ist unsere nationale Aufgabe im XX. Jahrhundert.

Inhalts-Verzeichnis:

Einige „Metzger"streiche und deren Abwehr.

Erster Streich:

Die «Campana», eine italienische Importfirma für Gefrierfleisch will ihren Betrieb auch auf den Handel mit (italienischem) Schlachtvieh ausdehnen und Schlachtvieh nach der Schweiz liefern. Sie tritt zu diesem Zwecke mit Herrn R. Guyer-Müller, dem «verdienten» Präsidenten des Vereins schweiz. Metzgermeister und zugleich «Präsident der Einkaufsstelle des Verbandes schweiz. Metzgermeister in Verbindung. Bei mündlichen Unterhandlungen mit den Vertretern der «Campana» erklärt Herr Guyer, die II. Qualität ital. Schlachtvieh werde von ihnen als «Qualität Bell» bezeichnet.

Zweiter Streich:

Herr Guyer schreibt am 16. Februar 1914 an den Zürcher Vertreter der Firma «Campana» was folgt:

> Wir empfingen Ihr Geehrtes vom 14. crt. und danken Ihnen bestens für die uns gütigst gemachten Offerten für prima italienisches Ochsenfleisch und prima Kalbfleisch.
>
> Bei einem ersten Versuch möchten wir nun aber auch gerne einige Ochsen Qualität «Bell» erhalten und ersuchen wir Sie höfl., uns gefl. für diese Qualität die äussersten Preise in Mailand einzuholen.
>
> Ihren Nachrichten mit Vergnügen entgegensehend, zeichnen
>
> hochachtungsvoll:
>
> **Einkaufsstelle des Verbandes schweiz. Metzgermeister,**
> sig. Rud. Guyer-Müller.

Dritter Streich:

Der Vertreter schreibt an seine Firma nach Mailand am 17. Februar wie folgt:

> Aujourd'hui je reçois la lettre ci-incluse des Metzgermeister.
>
> Pour un essai ils désirent recevoir aussi quelques bœufs de seconde qualité, comme ils disent «qualité Bell». Je comprends qu'ils veulent

dire avec cela des bœufs de plus de 4 ans, des bœufs de 3 à 4 ans maigres, mais pas des vaches quand-même.

Veuillez bien me donner le prix encore pour cette marchandise et en outre le prix pour vaches et taureaux. Pour ces derniers le prix sera fr. 1.04 comme il me parlait votre M. Gussi?

In Uebersetzung: «Heute erhalte ich beiliegendes Schreiben der «Metzgermeister»; letztere wollen versuchsweise auch einige Schlachtochsen zweiter Qualität, die sie «Qualität Bell» nennen, beziehen. Ich nehme an, dass sie damit sagen wollen: «mehr als vierjährige Ochsen, magere Ochsen von 3—4 Jahren, aber immerhin keine Kühe.

Senden Sie mir gefl. die Preise auch für diese Qualität etc.»

Vierter Streich:

Die Firma «Campana» schreibt ihrem Vertreter in Zürich postwendend am 18. Februar die im nachfolgenden Artikel der «Neuen Zürcher Zeitung» wiedergegebene Antwort, die in deutscher Uebersetzung der wesentlichen Stellen folgendermassen lautet:

«Wir besitzen und verdanken Ihr Schreiben in Sachen Metzgermeister. Wir sind in der Lage, ihnen Ochsenfleisch erste Qualität (die vier Viertel) zu Fr. 1.95 per Kilo franko Bahnhof Zürich verzollt zu liefern . . . . aber wir können die Altersgrenze von 4 Jahren nicht garantieren. Was die Qualität Bell anbetrifft, so ist unser Preis Fr. 1.75 zu gleichen Konditionen wie oben angegeben, etc.

Fünfter Streich:

Der Zürcher Vertreter der Firma «Campana» übermittelt die Offerte dem Herrn R. Guyer-Müller; letzterer ersucht um die Erlaubnis, eine Kopie des Schreibens anfertigen lassen zu dürfen, was der ahnungslose Vertreter, ohne an die Konsequenzen zu denken, gestattet.

Sechster Streich:

Herr Guyer-Müller, der persönlich ganz genau weiss, dass die Firma Bell A. G. nur prima Qualität Ochsen führt, übermittelt die Kopie des Schreibens der «Campana» vom 18. Februar einem hervorragenden Volkswirtschafter, der hingeht und folgenden Artikel schreibt, den die «N. Z. Z.» in ihrer Nummer 377 vom 13. März an hervorragender Stelle zum Abdruck bringt.

La qualité Bell.

«In den Diskussionen über die vielbesprochene «Bell-Allianz» ist verschiedentlich von Seiten des Verbandes schweiz. Konsumvereine den Konsumenten versichert worden, dass sie in den Läden der Firma Bell A. G. nicht nur punkto Preis in einer ihren Interessen entsprechenden Weise bedient würden, sondern auch hinsichtlich der Qualität des gekauften Fleisches vollkommen beruhigt sein könnten, da sein neuer Geschäftsfreund nur erstklassige Viehware kaufe, resp. importiere. Dass der Verband schweiz. Konsumvereine diese Versicherungen den Konsumenten auf Grund einer genauen Prüfung des tatsächlichen Sachverhalts abgegeben habe, erlauben wir uns zu bezweifeln; wir sind vielmehr der Ansicht, dass er bei der Empfehlung oder, richtiger gesagt, der Reklame, die er für die Firma Bell A. G. und ihr Fleisch macht, von seinem eigenen Interesse, gemeinschaftlich mit der Bell A. G. möglichst viel zu verdienen, geleitet wird.

Auch die Firma Bell A. G. selbst hat wiederholt betont, dass das von ihr gelieferte Fleisch auch wenn es zu einem grossen Teil von importiertem Vieh stamme, demjenigen qualitativ nicht nachstehe, das von einheimischen Ochsen herrühre. Noch kürzlich behauptete sie in einem Artikel, der in den «Basler Nachrichten» vom 24. Februar d. J. erschien, wörtlich folgendes:

«Wir wollen nicht unterlassen, zu bemerken, dass wir nicht Fleisch von sekunda Qualität, sondern Fleisch erster Qualität führen, wenigstens ebenso guter Qualität als das unserer Konkurrenz.»

Bei der Aufstellung dieser reklamehaften Behauptung hat sich die Firma Bell A. G. wohl mehr auf die bekannte Erfahrung, dass das Papier geduldig sei, sowie auf die Schwierigkeit, einen solchen Satz zu widerlegen, verlassen, als auf dessen inneres Begründetsein.

Wir sind heute in der Lage, dem Leser ein Dokument vorzulegen, das auf die Anpreisung der in den Läden der Bell A. G. detaillierten Fleischqualitäten als Primaware ein Licht wirft und beweist, dass die Firma Bell im Ausland, speziell in Italien, woher sie den grössten Teil der von ihr geschlachteten Ochsen bezieht, dafür bekannt ist, Käufer von Sekundaware zu sein.

Dieses Dokument ist ein Brief, in dem eine grosse Vieh- und Fleischhandelsfirma in Mailand Offerte stellte und lautet wörtlich:

Milano, le 18 février 1914.

Monsieur, nous possédons votre estimée d'hier et vous en remercions Metzgermeister. Nous sommes disposés à leur fournir de la viande de bœuf de première qualité les 4 quartiers) à frs. 1.95 par Cg. franco gare Zurich, dédouanée; la tête, les intestins et la peau seraient donnés gratis, mais nous ne pouvons pas accepter la limitation de 4 ans. Quant à la qualité «Bell» notre prix est de frs. 1.75, tête etc. gratis, mêmes conditions comme ci-dessus. De la viande de jeunes veaux, première qualité, nous pouvons fournir à frs. 2.— par Cg. Notez cependant que pour les veaux la peau, les intestins et la tête se pèsent, ces parties ne seront donc pas fournies gratuitement. Nous espérons que vous ferez toute votre possible auprès des Metzgermeister pour qu'ils vous passent une commande pour un premier vagon; celui-ci une fois fourni il nous sera bien plus facile de tenir compte des exigences des clients et de les servir selon leurs désirs. Dans l'attente de vous lire, nous vous présentons, Monsieur, nos sincères salutations: «Campana», Società Anon. Italiana, Importazione Carni.

Die «Campana» in Mailand unterscheidet hiernach beim Rindfleisch zwischen erster Qualität und der Qualität «Bell» und offeriert letztere per Kilo um 20 Cts. billiger als die erste Qualität. Warum die zweite, wesentlich billigere Qualität die Bezeichnung «Bell» erhalten hat? Sicher doch nicht deshalb, weil die Firma Bell A. G., wie sie behauptet, keine sekunda Qualitäten kauft, sondern doch wohl deshalb, weil sie in der Regel keine prima Ware bezieht. Die zweite Qualität, die im Ankauf 20 Cts. billiger ist als

die erste Qualität, sie heisst «Bell»! Das Wort «Bell» ist im italienischen Vieh- und Fleisch-Grosshandel gleichbedeutend geworden mit Sekundaware.

Wie es nun zugeht, dass diese in Mailand verladene Sekundaware in Basel bei der Firma Bell als prima Qualität anlangt und als solche in ihren Läden verkauft werden kann, ist sicher ein sehr wertvolles Geschäftsgeheimnis, der nach ihrer eigenen Aussage auf «solider» Basis» aufgebauten Bell A. G., das sie wohl sorgfältig hüten und der Oeffentlichkeit nicht mitteilen wird, und das vermutlich auch zu den «inneren Werten» gehört, die den Verband schweiz. Konsumvereine veranlasst haben, die auf Fr. 500 lautende Bell-Aktie mit Fr. 650, also 30 Prozent über ihrem Nominalwerte, zu bezahlen.»

Erster Gegenstreich der Firma Bell A. G.

Die Firma Bell A. G. erhält am 13. März abends spät Kenntnis von diesem kreditschädigenden Artikel; sie beauftragt sofort einen Anwalt in Zürich, die «Neue Zürcher Zeitung» wegen Kreditschädigung etc. einzuklagen. Davon wird auch am 14. März den «Basler Nachrichten» und der Basler «Nationalzeitung» Kenntnis gegeben, behufs Ankündigung, dass gerichtliche Klage eingeleitet sei. Die beiden Basler Blätter publizieren diese Mitteilung in den Samstag den 14. März abends publizierten Ausgaben; die «N. Z. Z.» weigert sich, die Klageerhebung gegen sie ihren Lesern zur Kenntnis zu bringen.

Zweiter Gegenstreich der Firma Bell A. G.

Die Firma Bell A. G. wendet sich an die Direktion des Basler Schlachthofes und ersucht um Ausstellung eines objektiv wahrheitsgemässen Zeugnisses über ihr Geschäftsgebahren.

Dieses Zeugnis lautet:

Schlacht- und Viehhof
Basel-Stadt

Direktion Kopie.

Erklärung.

«Wir sind im Falle, der Firma Bell A. G. in Basel die Erklärung abzugeben, dass die Qualitäten der von ihr im Schlachthof Basel geschlachteten Tiere vollständig ebenbürtig sind den Qualitäten der von allen andern Metzgereien am Platze geschlachteten Tiere. Ochsen werden im allgemeinen in guter bis prima Qualität geschlachtet. Kälber kommen in zwei Qualitäten, als Mastkälber und Jungkälber zur Schlachtung, seit Oktober 1913 ausschliesslich Schweizerware. Seit demselben Zeitpunkte ist auch kein Kalbfleisch mehr importiert worden.

Basel, den 14. März 1914.

Schlacht- und Viehhof Basel,
Der Direktor: *Dr. Unger.*»

Stempel.

Dritter Gegenstreich der Firma Bell A. G.

Die Firma Bell A. G. stellt am 14. März vormittags das Begehren bei Gericht um eine amtliche Expertise der in ihrer Niederlassung aufbewahrten Fleischwaren in bezug auf Qualität; sie verlangt, dass eine möglichst grosse Zahl von Experten aus dem Lager der Basler Metzgermeister, also ihrer Feinde, und aus den ersten Traiteurs der Stadt Basel bestellt werde. Das Gericht entspricht und ernennt zu Experten die Herren:

1. Bernauer, Präsident des Basler Metzgermeistervereins.
2. Ch. Bernheim, Metzgermeister.
3. W. Kehlstadt, Metzgermeister.
4. Rud. Rensch, Metzgermeister.
5. K. Waffenschmidt, Metzgermeister.
6. C. Brenner, Restaurateur, Bärenzunft.
7. A. Clar, Restaurateur, Stadtkasino.
8. Christ. Pfosi, Restaurateur, Bundesbahnhofbuffet.

Diese Experten werden ersucht, bereits nachmittags 3½ Uhr die Prüfung vorzunehmen. Die Redaktion der «N. Z. Z.» wird telegraphisch zur Teilnahme an der Expertise eingeladen, lässt sich jedoch nicht vertreten. *Die Experten kommen einstimmig zu folgendem Gutachten:*

Copie:

«Die unterzeichneten Experten haben am 14. März 1914, nachmittags 3½ Uhr die Warenbestände der Firma Bell A. G. im Hauptgeschäft Elsässerstrasse 178, Basel, anhand einer vorgelegten Warenkontrolle geprüft.

In den von uns inspizierten Räumlichkeiten befanden sich:

320 Hinter-Viertel Ochsenfleisch,
350 Vorder-Viertel Ochsenfleisch,
132 Mastkälber,
53 Hämmel,
60 Schweine.

Alle diese Waren können als prima Qualität bezeichnet werden. Es fanden sich noch 99 leichtere, gute Kälber vor, welche als zweite Qualität aufgeführt waren.

Unterschriften:

C. Brenner, Bärenzunft.
Karl Waffenschmidt.
Bernauer.
Ch. Bernheim.
A. Clar.
Christ. Pfosi.
Rud. Rensch.
W. Kehlstadt.

An den Herrn Präsidenten des Zivilgerichts,
II. Abteilung,
Basel.»

Vierter Gegenstreich der Firma Bell A. G.

Nach den vorstehend geschilderten Streichen wurde beschlossen, nicht nur gegen die «N. Z. Z.» und den Verfasser des eingeklagten Artikels, sondern auch gegen deren Hintermänner vorzugehen, eventuell auch gegen diejenigen Pressorgane, die, obgleich schon am 14. März die Wahrheit der Behauptungen der «N. Z. Z.» öffentlich bestritten war, trotzdem nachher noch den eingeklagten Artikel wörtlich zum Abdruck gebracht haben, so der «Schweizer Bauer» in Bern, die «Schweiz. Metzgermeister-Zeitung» in Zürich.

Der Schlusseffekt:

Der Schlusseffekt wird natürlich wieder ein ganz anderer sein als der beabsichtigte, und wenn irgend

einmal, so kann man diesmal sagen: «der Schuss ist hinten hinausgegangen!», denn dieser Angriff bot uns Gelegenheit festzustellen:

1. amtlich, dass die Firma Bell A. G. einwandfreie Schlachtware zum Vertrieb bringt und dass die von ihr geschlachteten Tiere vollständig ebenbürtig sind den Qualitäten der von allen anderen Metzgereien geschlachteten Tiere.

2. amtlich, dass die Firma Bell A. G. seit Oktober 1913 ausschliesslich aus der Schweiz stammende Kälber geschlachtet und seither auch kein Pfund Kalbfleisch mehr importiert hat.

Damit sind die Behauptungen Dr. Laurs und seiner Anhänger, die Firma Bell A. G. oder die Bellallianz seien schuld an der Absatzstockung auf dem schweizerischen Schlachtviehmarkt, wieder einmal als das enthüllt, was sie sind, falsche Vorspiegelungen, um die eigene Schuld unbeteiligten Dritten aufzuhalsen. Der Nachweis ist von amtlicher Stelle geleistet, dass die Bell A. G. alles, was in ihren Kräften stand und steht, getan hat, um den schweizerischen Schlachtviehmarkt zu entlasten!

3. durch Gutachten hervorragender Freunde des Herrn R. Gujer-Müller, dass die von der Bell A. G. geführten Qualitäten Fleisch wie immer, so auch am 14. März, prima Qualität waren. Die sofortige Anberaumung der gerichtlichen Expertise beweist, dass das vorhandene Lager nicht etwa, wie das bei Expertisen auch schon vorkam, geflissentlich ausgewählt wurde, um einen guten Eindruck zu erwecken, sondern dass sich das Lager immer aus Ware von nur prima Qualität zusammensetzt.

Wie stehen nun aber die Gegner der Firma Bell A. G. mit ihren Anschuldigungen da? Wir kennen aus der ganzen an widrigen Erscheinungen so reichen Geschichte der wirtschaftlichen Kämpfe in der Schweiz kein Beispiel, das an Gemeinheit sich mit diesem Agent provocateur-Stück vergleichen liesse: man erfindet die Behauptung, in der Schweiz werde die Sekunda-Ware «Qualität Bell» genannt, verlangt unter dieser Vorspiegelung Offerten in dieser Qualität und als die angefragte italienische Firma in harmloser Weise diese ihr vorgeschriebene Bezeichnung im Antwortschreiben verwendet, wird die Oeffentlichkeit dahin irregeführt, in Italien sei die «Qualität Bell» allgemein als so minderwertig bekannt, dass sie den Namen für die zweite Qualität abgeben müsse.

Zugleich wird der Firma Bell öffentlich vorgehalten, sie betrüge ihre Kunden, indem sie die in Italien eingekaufte «zweite Qualität» bei der Einfuhr und beim Vertrieb in der Schweiz als erste Qualität bezeichne und verkaufe!

Worin liegt das Motiv zu dieser unqualifizierbaren Handlungsweise? Im Bestreben, die Firma Bell A. G. zu schädigen! Herr R. Gujer-Müller hat offen erklärt, als er letzthin von einem Bekannten ermahnt wurde, er möge nun doch endlich mit der Presskampagne gegen Bell A. G. aufhören: «Nein, der Pressfeldzug wird fortgesetzt; er hat bisher schon der Bell A. G. geschadet und er wird ihr noch viel mehr schaden!»

So sieht die Handlungsweise eines ersten Führers unserer Mittelständler aus, der seinerzeit nicht genug nach der Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs rufen kann! Diesmal wird er jedoch erfahren, dass die von ihm beliebte Art des «Wettbewerbes» auch ohne Gesetz betr. unlauteren Wettbewerb ihre Ahndung finden wird!

Und worin liegt das Motiv der Helfershelfer des Herrn Gujer? Im Hasse gegen die Konsumvereine im allgemeinen, gegen den V. S. K. im besonderen! Bevor die Bell A. G. die Interessengemeinschaft mit dem V. S. K. einging, wurde sie ja auch etwa angegriffen, aber mehr nur in der Mittelstandspresse. Seither jedoch hat sie alle die Angriffe, denen die Konsumvereine seit jeher ausgesetzt sind und an die die letzteren sich mit der Zeit gewöhnt haben, zu erleiden, und zwar nehmen auch einzelne Tageszeitungen gegen Bell A. G. Stellung, nicht weil sie die Bell A. G. bekämpfen wollen, sondern weil sie in ihr nun auch die Konsumvereine und den V. S. K. treffen wollen.

Die Konsequenz hieraus ist nun allerdings eine andere, als die von diesen Angreifern gewollte; jetzt heisst es auch für die organisierten Konsumenten: die Bell A. G. unterstützen und da, wo keine eigene genossenschaftliche Schlächterei besteht, die Bezüge bei Bell A. G. konzentrieren! Die Bell A. G. hat schon bisher nicht nur durch ihre Existenz, sondern an einzelnen Orten bereits schon durch die richtige oder falsche Behauptung: «sie komme», den Konsumenten wertvolle Dienste geleistet und wird das in Zukunft noch viel mehr tun; die anderen Metzger reduzieren ihre Preise auch, wo Bell arbeitet oder kommen will, ausserdem liefert Bell A. G. nur prima Qualität Fleisch, was man nicht von allen ihren Konkurrenten sagen kann; in Zürich z. B., dessen Grenzen für die Vieheinfuhr immer noch geschlossen sind, können die anderen Metzgermeister, die nur einheimisches Vieh schlachten, wahrscheinlich nicht die gleich gute Qualität liefern wie Bell; so schreibt z. B. selbst die «N. Z. Z.» vom 18. März: «Was heute auf grossen Viehmärkten (der Schweiz) angetrieben wird, ist meistenteils nur noch Durchschnittsware. Gute prima Ware ist sehr selten. Es lässt sich deshalb schon heute voraussehen, dass dem Konsumenten für Herbst und Winter 1914/15 in Aussicht steht «Starke Erhöhung der heute billigen Fleisch- und Milchpreise», wozu wir nur noch bemerken wollen, dass die Konsumenten bisher von der grossen Verbilligung der Viehpreise nur da profitiert haben, wo Bell oder ein Konsumverein die Preise nach unten regulieren oder eine Filiale zu eröffnen beabsichtigen.

Den Gewinn aus den billigen Preisen für Schlachtvieh behalten heute die Metzger, die neuerdings ihre Haltung geändert und beschlossen haben, Hand in Hand mit den Landwirten in Zukunft für teureres Fleisch zu wirken, für sich; aus einer Ortschaft, in der ein Verbandsverein die Metzger um Reduktion der Preise ersuchte, wird uns gemeldet, dass die Metzger dort brutal erklärt haben: solange wir noch ohne Bellfiliale oder ohne Konsumvereinsschlächterei sind, wollen wir unsere Monopolstellung noch ausnützen; wir werden erst die Preise herabsetzen, wenn wir durch eine Bellfiliale oder eine Konsumvereinsschlächterei dazu gezwungen werden! Und wenn nun, durch diese protzige Haltung gezwungen, in dieser kleinen Ortschaft wirklich eine Filiale von Bell oder vom Konsumverein eingerichtet wird, dann werden die Preise reduziert, zu gleicher Zeit wird man aber wieder über die Vernichtung des Mittelstandes die üblichen Klagen anstimmen.

Wir aber sind der Ansicht, dass solche Berufsarten, die auf eine solch verwerfliche Weise wie sie oben dargestellt wurden, durch den ersten und angesehensten Führer der gesamten schweizerischen Organisation (R. Guyer) solch krassen, unlauteren Wettbewerb betreiben, jedes Anspruchs auf Schutz verlustig werden. *Sch.*



Das Jahrbuch
des
Zentralverbandes deutscher Konsumvereine

ist gegen Ende des abgelaufenen Jahres in elfter Folge erschienen. Es ist, wie schon früher, sehr umfangreich und vielseitig ausgefallen und dokumentiert so einerseits das ununterbrochene Wachstum der konsumgenossenschaftlichen Bewegung des Landes, wie es anderseits die grosse Bedeutung erkennen lässt, welche vom Vorstand des Zentralverbandes einer ausführlichen und möglichst lückenlosen Berichterstattung beigelegt wird. In zwei gewaltigen Bänden von je mehr als tausend Seiten erfährt die gesamte deutsche Konsumvereinsbewegung eine gründliche Darstellung, die, weit davon entfernt, eine blosse chronologische Aufzählung aller in Betracht fallenden Ereignisse zu sein, auch mannigfache Einblicke in das deutsche und internationale Wirtschaftsgetriebe eröffnet und die Zusammenhänge zwischen diesem und den Resultaten der genossenschaftlichen Propaganda in anschaulicher Weise dartut.

Dieses elfte Jahrbuch ist das erste einer neuen Serie und hat dementsprechend ein etwas verändertes Gewand erhalten. Dem ersten Band ist das Bild des am Anfang des Jahres 1913 verstorbenen früheren Vorsitzenden des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine Max Radestock vorgeheftet, dessen hingebender Tätigkeit im Dienste der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung vom Herausgeber des Jahrbuches, Heinrich Kaufmann, mit ehrenden Worten gedacht wird. Im übrigen ist die frühere Stoffanordnung in der Hauptsache die gleiche geblieben. Der erste Band enthält nach einer kurzen einleitenden Uebersicht aus der Feder Kaufmanns zunächst den zu Handen des zehnten ordentlichen Genossenschaftstages deutscher Konsumvereine (Dresden, 16.—18. Juni) erstatteten Jahresbericht des Vorstandes, der sich, wie es im Hinblick auf den grossen Umfang der Tätigkeit des Zentralverbandes nicht anders sein kann, als eine Kollektivarbeit darstellt. Dem Jahresbericht folgen vier Sonderberichte über wichtige Tagungen des Zentralverbandes und der Verlagsgesellschaft deutscher Konsumvereine, sowie ein Bericht über das 19. Geschäftsjahr der Grosseinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine. Der zweite Band des Jahrbuches endlich ist den einzelnen Kreis- oder Revisionsverbänden gewidmet.

Ohne hier auf den Gesamtinhalt des Werkes näher einzutreten, sei uns doch gestattet, die wichtigsten Abschnitte kurz zu beleuchten. Der Vorstand des Zentralverbandes erachtet es als opportun, in seinen Rechenschaftsberichten die Fragen der genossenschaftlichen Praxis jeweilen auch von vorwiegend theoretischen Gesichtspunkten aus zu behandeln und so der Bewegung allgemeine Direktiven zu geben, in der Absicht, ihre Einheitlichkeit und Aktionskraft damit zu fördern. Diesem Grundsatz entsprechend, wird im ersten Teil des Jahresberichtes das so zeitgemässe Problem der Nahrungsmittelteuerung untersucht und zu zeigen gesucht, in welcher Weise die letztere auf die genossenschaftliche Bewegung zurückwirkt. Dr. A. Müller, der Chefredakteur der «Konsumgenossenschaftlichen Rundschau», hat sich der verdienstlichen Arbeit unterzogen, diese Frage der Verteuerung der Nahrungsmittel in ebenso objektiver als leicht fasslicher Weise zu erörtern. Seine einlässlichen, zum grössten Teil auf offiziellem Zahlenmaterial basierenden Darlegungen entbehren auch für uns schweizerische Genossenschafter nicht des Interesses und so werden wir gerne Gelegenheit nehmen, auf sie gelegentlich zurückzukommen.

Der gleiche Verfasser schildert uns in einem weiteren Kapitel auch die wirtschaftlichen Kämpfe der Genossenschaften, während der Leiter der juristischen Abteilung des Zentralverbandes, Dr. Karl Maier, uns über die den Konsumvereinen gegenüber geübte behördliche Steuerpraxis unterrichtet. Beide Abhandlungen offenbaren die Schwierigkeiten und Hemmnisse, welche der Bewegung sowohl von Seiten wirtschaftlicher Gegner als auch vom Fiskus bereitet werden — Schwierigkeiten, die glücklicherweise die genossenschaftlichen Bestrebungen nicht zu lähmen vermögen, sondern ihnen fortgesetzt und namentlich auch aus den Kreisen objektiv urteilender Männer der Wissenschaft neue Anhänger und Verteidiger zuführen.

In zwei andern lesenswerten Aufsätzen verbreitet sich Heinrich Kaufmann über den Stand und die Entwicklung der grossen genossenschaftlichen Zentralverbände im Allgemeinen und über den Zentralverband deutscher Konsumvereine im besondern. Wir erfahren, dass im Jahre 1911 (neuere Zahlen lagen nicht zugleich für alle genossenschaftlichen Zentralverbände vor) der Zentralverband deutscher Konsumvereine hinsichtlich der Zahl seiner angeschlossenen Genossenschaften und deren Mitgliederzahl unter den berichtenden Verbänden an dritter Stelle stand. Am 1. Januar 1912 betrug die Mitgliederzahl sämtlicher Konsumvereine Deutschlands 1,900,000. Da im Laufe des Jahres 1912 der Zentralverband deutscher Konsumvereine allein eine Mitgliederzunahme von 170,000 zu verzeichnen hatte und angenommen werden darf, dass auch die dem Allgemeinen Verbande deutscher Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften angeschlossenen Konsumvereine ihren Mitgliederbestand um wenigstens 30,000 erhöhten, so glaubt der Verfasser nicht zu hoch gerechnet zu haben, wenn er die Gesamtzahl aller Mitglieder der Konsumvereine für den 1. Jan. 1913 auf rund 2,100,000 bezifferte.

Interessant ist die Parallele, die Kaufmann zwischen dem Wachstum der konsumgenossenschaftlichen Bewegung in Deutschland und Grossbritannien zieht. Einen so kräftigen Aufschwung diese in den letzten Jahrzehnten auch in Deutschland genommen hat, so ist der jenseits des Kanals gewonnene Vorsprung doch noch ein gewaltiger und es dürfte den deutschen Genossenschaftern nicht leicht werden, ihn einzuholen. «Ein flüchtiger Vergleich», führt der Verfasser aus, «zeigt, dass der gegenwärtige Stand der deutschen Konsumgenossen-

schaftsbewegung, also der des Jahres 1913, nur hinsichtlich der Zahl der Mitglieder den Stand der britischen Konsumgenossenschaftsbewegung von 1899 überflügelt, dass wir aber in Deutschland sowohl an Intensität der Konsumgenossenschaftsbewegung, ausgedrückt durch die absolute Höhe des Umsatzes, den Durchschnittsumsatz und die Entwicklung der Grosseinkaufsgesellschaft, als auch an Kapitalkraft nicht unerheblich hinter Grossbritannien von 1899 zurückstehen». Im grossen und ganzen werde man erst in etwa fünf Jahren dort stehen, wo die britische Genossenschaftsbewegung im Jahre 1899 gestanden sei. Nun sei aber auch die heute von der britischen Konsumgenossenschaftsbewegung erklommene Stufe für die deutschen Konsumgenossenschafter keine Fata Morgana mehr, denn abgesehen davon, dass in Grossbritannien die Ausbreitungsmöglichkeit der Bewegung durch den erreichten Entwicklungsgrad selber beeinträchtigt werde, ergebe ein Vergleich zwischen den Umsätzen der englischen und schottischen Grosseinkaufsgenossenschaft einerseits und der deutschen Grosseinkaufsgesellschaft anderseits, dass das Wachstum der letzteren zunächst ein langsames, dann aber ein schnelleres Tempo aufweise, als die Entwicklung der erstgenannten Genossenschaftszentralen. Es hänge von der Einsicht und der genossenschaftlichen Treue der deutschen organisierten Konsumenten ab, den zwischen der britischen und deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung noch bestehenden Abstand recht bald zu verringern.

Den beiden letztgenannten Kapiteln über die genossenschaftlichen Zentralverbände in Deutschland und dem Zentralverband deutscher Konsumvereine ist ein umfangreiches Tabellenwerk mit 127 Tabellen angehängt. Das siebente Kapitel des Jahresberichtes enthält den Rechenschaftsbericht der Verlagsgesellschaft deutscher Konsumvereine für 1912. In besonderen Anhängen wird ferner noch Bericht erstattet über die Unterstützungskasse, das Tarifamt und die Fortbildungskommission des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine. Ein weiterer Anhang enthält die Satzungen des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine und den Gesellschaftsvertrag der Verlagsgesellschaft deutscher Konsumvereine m. b. H., ein fünfter und letzter Anhang endlich bringt die Abrechnung und Voranschläge des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine zur Kenntnis.

Aus der obigen Uebersicht erhellt die ausserordentliche Reichhaltigkeit des Jahrbuches. Es ist, wie der Herausgeber den Inhalt desselben selbst kurz resümiert, «ein Nachschlage- und Sammelwerk, das über alle wichtigen Angelegenheiten des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine eine schnelle und eingehende Orientierung ermöglicht. Es ist aber noch mehr als ein Nachschlagewerk; allen denjenigen, die sich näher mit der Konsumgenossenschaftsbewegung beschäftigen wollen, kann kein besseres Studienmaterial als eine Serie der Jahrbücher des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine empfohlen werden». — Wir schliessen uns gerne diesem empfehlenden Hinweis an und ermuntern namentlich die grösseren unter unsern Verbanbsvereinen, das zum Preise von Fr. 12.50 erhältliche Jahrbuch für ihre Bibliothek anzuschaffen.



Die Genossenschaftsstadt Basel als Studienobjekt.

Nach den sich stets mehrenden Besuchen zu urteilen, — (schon im Jahre 1912 empfingen wir eine Gruppe Studierender von Köln) — die uns von allen Seiten zuteil werden, gilt Basel mit seinen genossenschaftlichen Einrichtungen immer mehr als eine Art sozialwirtschaftliche Versuchsstation, die immer mehr die Aufmerksamkeit auch der wissenschaftlichen und sonst der Genossenschaftsbewegung fernstehenden Kreise auf sich lenkt.

Um vollständig zu sein, fehlt dieser Versuchsstation nur noch das wissenschaftliche Institut, ein genossenschaftliches Seminar als Krönung. Jedenfalls wäre in Basel ein solches Seminar viel eher am Platze, als in andern Städten, die in praktischer Beziehung bei weitem nicht bieten was hier geboten ist.

Vor einigen Wochen hatten wir hier den Besuch der Teilnehmer am staatswissenschaftlichen Fortbildungskurs in Berlin — insbesondere höhere Verwaltungsbeamte, die beflissen sind, in der von der staatswissenschaftlichen Fakultät arrangierten Ferienkurse die neuesten Resultate der einschlägigen Wissenschaft und Praxis sich anzueignen. Am Schlusse dieser Kurse wird regelmässig eine Studienreise veranstaltet. Dieses Jahr führte die Reise u. a. auch nach Basel, wo die Besichtigung der genossenschaftlichen Einrichtungen, ferner Vorträge von Ing. R. Gelpke, Dr. Tr. Geering, Dr. Landmann und Regierungsrat Dr. Mangold vorgesehen waren.

Dieser Tage hatten wir den Besuch von ca. 60 Teilnehmern am staatswissenschaftlichen Fortbildungskurs in Freiburg i. B., die die Verbandseinrichtungen, die Schuhfabrik, die Molkerei des A. C. V. und die Bell A. G. Anlagen besichtigten.

Da wir gerade bei den Besuchen sind, wollen wir noch erwähnen, dass der französische Genossenschaftsverband für den Monat August dieses Jahres ebenfalls eine Reise in die Schweiz plant.



Wie es gerade passt, so schreiben die Redaktoren der Speziererpresse und ihre Korrespondenten heute so und morgen anders. Daher wohl die unglaubliche Gedankenkonfusion, der wir Woche für Woche in jener Presse begegnen müssen.

In einem unsäglich jammervollen Leiter eines L-Korrespondenten im «Kompass» vom 15. März, der beweist, dass Herr L. weder formell noch materiell in die «Geheimnisse» des Schokoladenkrieges eingeweiht ist und daher besser täte — zu schweigen, verbricht er u. a. an die Adresse des V.S.K. folgenden Satz: «Wenn die Konsumvereine ihres Triumphes so sicher sind, ihr Schokoladegeschäft ohne die Marken der führenden Firmen machen zu können, warum machen sie denn ein solches Geschrei? Sie hatten ja die Wahl, wenn sie sich für die «ringfreien» Firmen entschlossen haben, so können sie das tun, ohne es aller Welt in die Ohren zu schreien. Oder sind ihre Konsumenten so übelhörig gegen die Behauptung, dass die Schokolade in der «ringfreien» Packung ebenso gut sei, wie diejenige der Ringfabrikanten?» (Von uns gesperrt, die Redaktion).

Damit soll wohl nichts anderes behauptet werden, als dass die ringfreien Produkte gegenüber

der Syndikatsware minderwertig seien! So der «Kompass»!

Am 13. März publizierte die «Schweizerische Spezereihändlerzeitung» den Geschäftsbericht der Einkaufs-Vereinigung des Spezereihändler-Vereins des Kanton Zürich pro 1913. Darin findet sich u. a. über die Schokoladenfabrik Cima, bekanntlich einer ringfreien Fabrik folgendes Urteil: «Die Qualität der von dieser Fabrik hergestellten Schokolade ist ganz vorzüglich und auch die Verpackung hübsch und gefällig. Die Fabrikate dürfen den besten an die Seite gestellt und der Kundschaft mit gutem Gewissen empfohlen werden».

Die Speziererblätter machen es uns wirklich schwer, sie jemals ernst nehmen zu wollen!



Erfolge der Rabattvereine. Wenn man das «Wirtschaftliche Volksblatt» liest, könnte man meinen, die Tage der Genossenschaftsbewegung seien gezählt, sie sei überholt, besiegt, zerschmettert von der Organisation der Rabattvereine. Da rechtfertigt sich wohl einmal eine etwas genauere, rechnerische Ueberprüfung an Hand eines Musterbeispieles. Im allgemeinen hüten sich zwar die Herren vom Rabatt, öffentlich Rechnung abzulegen. Die Rabattvereinigung Rorschach macht aber eine lobenswerte Ausnahme, sodass eine zahlenmässige Berechnung ihrer Bedeutung ohne weiteres möglich ist. In Nr. 4 des «Wirtschaftlichen Volksblattes» wird mitgeteilt, die Rorschacher Rabattvereinigung habe im abgelaufenen Geschäftsjahr Marken abgegeben für Fr. 32,370. Da der Rabatt fünf Prozent beträgt, so ergibt sich ein Gesamtumsatz sämtlicher Mitglieder der Rabattvereinigung von Fr. 647,400. Diese Summe wird dem Fernstehenden imponieren, bleibt sie doch nur um rund Fr. 160,000 hinter dem Umsatz des Arbeiterkonsumvereins zurück, oder sogar nur Fr. 137,000, wenn man, wie wir das in den nachstehenden Berechnungen tun, den Schuhladen des Arbeiterkonsumvereins ausser Betracht lässt, da er erst gegen Ende des letzten Geschäftsjahres eröffnet wurde. Ohne den Schuhladen hat der Arbeiterkonsumverein im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatz von Fr. 784,840 erzielt.

Das Bild verändert sich aber sehr zu Ungunsten der Rabattvereinigung, wenn es aus der Nähe betrachtet wird. Da ist nämlich folgendes festzustellen:

Der Arbeiterkonsumverein Rorschach hat in Rorschach sechs Läden und in Staad einen, somit im ganzen sieben. Die Rabattvereinigung zählt laut ihrem eigenen Verzeichnis in Rorschach, Buchen, Goldach, Rorschacherberg und Staad 83 Firmen zu ihren Mitgliedern. Darunter befinden sich 12 Bäckereien, 5 Bijouterien und Uhrenhandlungen, 3 Kohlenhandlungen, 6 Konfektionsgeschäfte, 20 Kolonial- und Spezereiwarenhandlungen, 1 Möbelhandlung, 6 Schuhhandlungen etc. etc. Auf diese 83 Firmen mit mindestens ebensoviel Läden verteilt sich also der oben berechnete Gesamtumsatz von 647,400 Franken.

Der Arbeiterkonsumverein setzt in seinen sieben Läden Fr. 784,840 um. Mit andern Worten, es beträgt der Umsatz pro Laden:

in der Rabattvereinigung Rorschach	Fr.	7,800
im Arbeiterkonsumverein Rorschach	»	112,120

Der Durchschnitts-Umsatz pro Laden ist im Arbeiterkonsumverein mehr als 14 mal grösser als in der Rabattvereinigung.

So das Rechnungsergebnis. Natürlich ist es gänzlich ausgeschlossen, dass auch nur ein einziger Krämer bei einem Jahresumsatz von nur Fr. 7,800 bestehen könnte. Wo steckt also der Fehler? In der Annahme, dass die Krämer wirklich auf ihrem Gesamtumsatz einen Rabatt von 5% gewähren. Für eine Menge von Artikeln werden überhaupt keine Rabattmarken abgegeben. Manchmal wird die Abgabe auch vergessen. Die «ungraden Rappen» bleiben unberücksichtigt. Es darf ruhig angenommen werden, dass der tatsächliche Durchschnittsumsatz der Rabattgeschäfte 5 bis 10mal grösser sein muss. Das heisst also: der von den Rabattleuten gegebene Rabatt beträgt in Tat und Wahrheit nicht 5 Prozent, sondern ½ bis allerhöchstens 1% ihres Umsatzes. Das ganze Rabattwesen läuft auf eine Täuschung kurzsichtiger Kunden hinaus.

Noch deutlicher wird das Bild, wenn wir den Rabatt der Privathändler und die Rückvergütung der Rorschacher Genossenschaft einander gegenüberstellen. Die Markenabgabe in der Rabattvereinigung betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr Fr. 32,370. Der Einfachheit halber wollen wir annehmen, dass die sämtlichen abgegebenen Marken auch eingelöst werden. Der Arbeiterkonsumverein aber hat für das letzte Geschäftsjahr an Rückvergütungen rund Fr. 68,250 ausbezahlt, also bedeutend mehr als den doppelten Betrag. Auf die einzelnen Läden berechnet ergeben sich folgende sprechenden Zahlen:

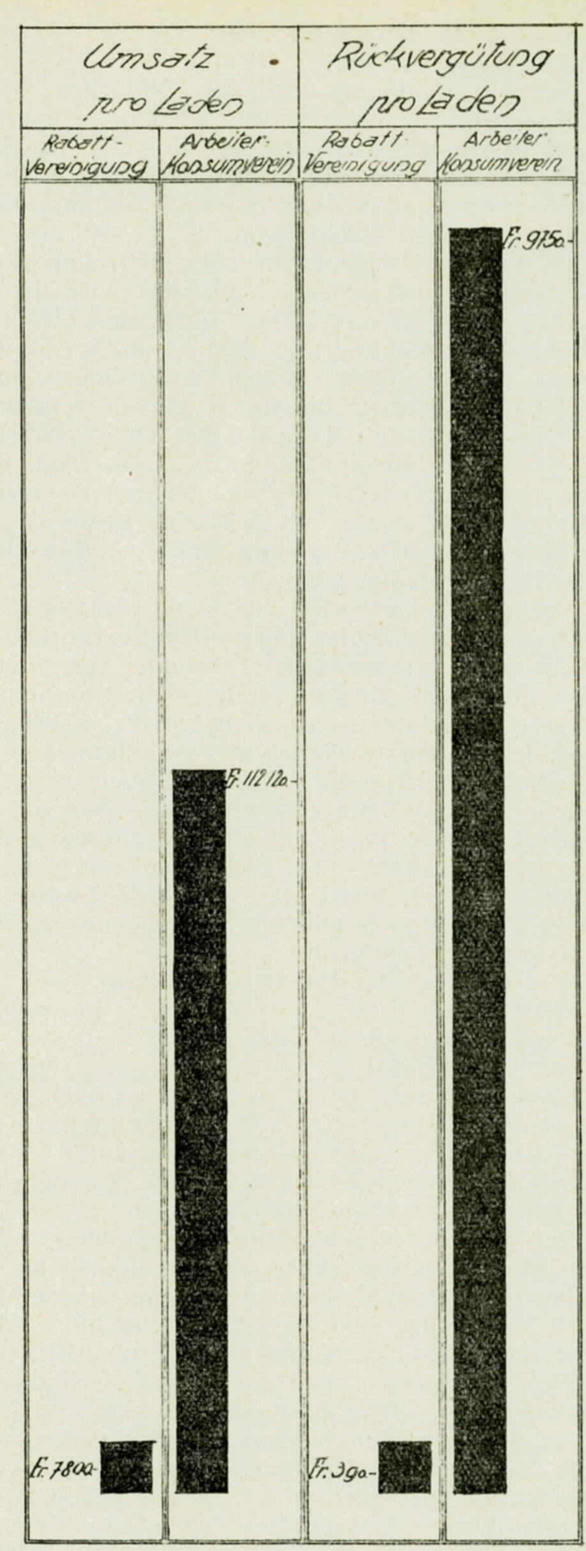
Es wurden ausbezahlt

Rabatt pro Laden der Rabattvereinigung Rorschach	Fr.	390.—
Rückvergütung pro Laden des Arbeiterkonsumvereins	»	9,750.—

Ein Laden des Arbeiterkonsumvereins zahlt also an Rückvergütungen das Fünfundzwanzigfache aus, was ein Geschäft der Rabattvereinigung seinen Kunden «Rabatt» gewährt.

Gewiss eine interessante Feststellung. Man meine aber nicht, das gelte nur für Rorschach. Die Geschäftsleute von Rorschach sind durchwegs persönlich ehrenhafte und geschäftlich tüchtige Menschen. Das für das Rabattwesen eigentlich vernichtende Resultat ist nicht auf persönliche Faktoren zurückzuführen. Im Gegenteil darf dem Rorschacher Privathandel das Zeugnis ausgestellt werden, dass er sich alle erdenkliche Mühe gibt, dem Genossenschaftswesen das Terrain streitig zu machen, und dass tüchtige Köpfe für dieses Ziel arbeiten. Wenn trotzdem das Ergebnis des Rabattrummels ein so klägliches ist, so liegt das, wie schon gesagt, nicht an den Personen, sondern am ganzen System der Rabattvereinigungen, dem sich denn auch eine ganze Reihe seriöser Geschäftsleute nur widerwillig unterworfen haben, gedrängt von Konkurrenten und nicht zuletzt auch von jenem Teil des Publikums, dessen Gedankenlosigkeit in den Rabattmarken immer noch ein «Geschenk» der Händler erblickt. Wie weit her es mit diesem Geschenk ist, dürfte nun klargelegt sein. Wer noch im Zweifel ist, der sehe sich die nachstehende graphische Verdeutlichung an.

Wie eingangs erwähnt, setzen die Rabattvereinigungen ihre Rechnungen nicht gerne dem Tageslicht aus. Es wäre deshalb erwünscht, wenn aus dem Kreise der Genossenschafter zuverlässige Angaben über die Umsätze auch anderer lokaler Rabattvereine dem Verbandssekretariat zur Verfügung



gestellt würden. Wir zweifeln nicht daran, dass ihre Analyse ganz ähnliche Resultate ergeben würden, wie sie im Vorstehenden für die Rabattvereinigung von Rorschach und Umgebung festgestellt wurden. Sie sind ein vorzügliches Beleg für die in dem Flugblattt «Konsumverein oder Rabattverein» gegebenen grundsätzlichen Darlegungen. *H.*



Die savoyschen Grenzkonsumvereine im Kampfe gegen das Schokoladesyndikat.

Dem «Messager Agricole» vom 7. März entnehmen wir einem Bericht über die Generalversammlung der «Fédération des Coopératives zoniennes» in La Roche die nachfolgende Beschlussfassung:

«Das Schweizer. Schokoladen-Syndikat «Union libre» ist nach Ansicht der «Fédération des Coopératives zoniennes» eine Gefahr für die Freiheit des Handels, indem es den Käufern die Syndikats-Marken aufzwingt. Die arbeitenden Klassen werden geschädigt durch Preiserhöhungen der mittleren Schokoladequalitäten. Das Syndikat ist speziell gegen die Genossenschaften gerichtet, um solche in Zukunft zu verhindern, sich zwecks des gemeinschaftlichen Einkaufs, zu vereinigen.

Es wird daher gegen dieses ungebührliche Vorgehen des Fabrikanten-Ringes energisch protestiert, und die savoyschen Grenz-Konsumvereine verpflichten sich, dem Beispiel des Verbandes schweiz. Konsumvereine zu folgen die Syndikatsmarken zu boykottieren und den Konsumenten nur noch ringfreie Marken zu empfehlen.»

Die Reihen unserer Mitstreiter schliessen sich von Tag zu Tag immer enger zusammen. Unsere Kraft wächst und Schritt für Schritt verlieren die Fabrikanten an Boden.



Die Einigkeit der Händler im Schokoladenkrieg.

Im Schokoladenkrieg beginnt es langsam zu tagen. Verschiedene Händler und Gruppen von Händlern und Gewerbetreibenden erheben ihre Stimmen, um gegen die lässige Haltung ihrer Führer im Kampf, die vor der Willkür der Schokoladeherren auf die Knie sanken, zum Aufsehen zu mahnen.

Die Einkaufs-Vereinigung des Spezereihändler-Vereins des Kanton Zürich hatte den Mut, von Anfang an eine selbständige Stellung einzunehmen, und ihre Mitglieder in den Kampf gegen das Syndikat zu führen. In ihrem kürzlich erschienenen Jahresbericht lesen wir u. a. darüber folgendes: «. . . Es scheint in Fabrikantenkreisen gewisse Strömungen zu geben, die unseren Bestrebungen feindlich gesinnt sind . . . . Schlugen uns die syndizierten Seifenfabriken durch Abzwackung von 50 Rappen per 100 Kilos an den bisherigen Rückvergütungen ein kleines Schnippchen, **leisteten sich die vereinigten Schokoladefabriken kurz vor Jahresschluss eine Preiskonvention, die an Brutalität und Unverstand alles bisher Dagewesene in den Schatten stellt.** (Von uns hervorgehoben, die Red.). Nach dieser Konvention ist uns und andern Einkaufsvereinigungen rundweg verunmöglicht, Schokolade von unsern bisherigen Lieferanten gemeinsam zu beziehen . . . . Wir zweifeln nicht daran, dass unsere Mitglieder aus dieser Angelegenheit den richtigen Schluss ziehen und ihr Handeln darnach richten werden.»

Die Herren in Solothurn werden an diesen Auslassungen kaum grosse Freude haben.

Nicht nur die Ostschweizer, sondern auch Westschweizer-Kollegen verlangen von den Händlern und Spezierern den Fabrikanten gegenüber mehr Rückgrat!

Kürzlich erschien im «L'Artisan Romand» in Estavayer (7. März) eine interessante redaktionelle Notiz, die deutlich zeigt, wie man in den dortigen gewerblichen Kreisen über die Trustherren und die Haltung der Speziererführer denkt. «Gegen den Schokoladentrust» werden die Leser aufgerufen. Nachdem die Haltung des V. S. K. rühmend hervorgehoben und die Verkäuferinnen-Versammlung in der

Burgvogteihalle erwähnt worden ist, schreibt die Redaktion wörtlich: «Die Konsumvereine haben alle Ursache den Kampf gegen die Trustherren mit allem Ernst aufzunehmen, denn ihr jährlicher Umsatz an Schokolade und Kakaoprodukten beträgt über 1,5 Millionen Franken.»

«Die Schweiz. Konditoren-Einkaufsgenossenschaft kauft ebenfalls pro Jahr für zirka 1 Million Franken Schokoladeprodukte. Die Konditoren, im Verein mit den Spezierern, Bäckern und Detaillisten, die zum Zwecke des Wiederverkaufes jährlich für mehr wie 8 Millionen Franken Schokolade kaufen, hätten sie alle nicht ebensoviel Grund und Ursache, wie der Verband schweiz. Konsumvereine gehabt, den Herren des Schokolade-Syndikates nachdrücklich zu beweisen, dass sie sich von ihnen nicht wie Schulbuben behandeln lassen?»

«Oh, wie rückständig ist doch die Mehrzahl unserer Kleinhändler heute noch!»

Ebenso scharf rechnet ein Einsender in der Februarnummer des «Pâtissier Suisse» mit den Händler-«Führern» im Schokoladenkrieg ab. Allerdings verleugnet auch dieser «Pâtissier» zum Schlusse, wie wir sehen werden, seine «edle Krämerseele» nicht.

Nachdem der Korrespondent die Bedingungen der Trustherren kurz dargelegt hat, schreibt er: «Wie aber schon einer meiner Kollegen an dieser Stelle früher konstatiert hat: Wir brauchen nicht päpstlicher als der Papst zu sein. Es sind schon bald vier Monate her, dass der Krieg erklärt wurde und wir wissen noch nicht einmal, ob unsere leitenden Behörden gewillt sind, zu handeln, oder ob sie finden, dass alles am besten in der besten der Welten bestellt ist!»

«Also die Herren Schokoladefabrikanten haben den Detaillisten den Krieg erklärt. Von den letztern finden sich einige mit der vollendeten Tatsache ab; andererseits wird der Fehdehandschuh aufgenommen und die schweizer. Konsumvereine haben sich nicht darauf beschränkt, zu protestieren, zu jammern, die Hände in den Schoss zu legen und die Augen gen Himmel zu erheben, sondern sie beschlossen am 8. Februar, die Produkte aller Mitglieder des Kartells zu boykottieren».

Nun macht der Händler-Korrespondent echt krämerhaft den Versuch, seinen Kollegen weiszumachen, dass obwohl die Führer der Spezierer ihre Pflicht vernachlässigt hätten, die Händler dennoch vom Kampf der Konsumvereine mit den Fabrikanten profitieren könnten. Er will ernten, wo er nicht gesät hat! Eine «innere» Stimme sagt ihm vielleicht selbst, wie niederträchtig solche Gesinnung ist, denn er fährt nun folgendermassen fort: «Ich sehe euch die Achsel zucken, meine Freunde, meine Auffassung bedauern, ich höre mich einen Leisetreter nennen: Wir sollten kämpfen, handeln! Man bezeichnet uns als «Flenner» und man hat recht, und als Leute, die ohne Unterlass jammern, die aber keines Handelns fähig sind, usw.»

«Ganz einverstanden! Aber sagt mir, wer soll die Bewegung leiten? Wo sind unsere Chefs? Mit was beschäftigen sie sich? Welchen Erfolg hatte die vor einem Jahre und länger unternommene Enquête? Sagt im weiteren: Was sollen, wenn doch unsere Offiziere sich still verhalten, die Soldaten tun? Gar nichts, sondern als respektvolle Männer schweigen und bewundern! Wohl, da nun die Lage nun einmal — unglücklicherweise, wie ich gestehen muss — so ist, was gäbe es da besseres zu tun, als uns zu freuen und das Bedürfnis der uns angeborenen Hoffnung zu befriedigen? Jawohl, meine Freunde, der zwischen den Schokoladenfabrikanten und dem Verband schweiz. Konsumvereine ausgebrochene Krieg wird uns Nutzen bringen. Und als Egoisten (!) wollen wir uns am Schauspiel des wilden Kampfes, der eben entfesselt wurde, ergötzen, indem wir die Schläge markieren und ohne weitere Gewissensbisse den Gewinn einheimsen.»

Diesem offenen Urteil eines Händlers, sowohl über die Unfähigkeit der Händler-Führer, als auch über den Egoismus der Händler ganz im allgemeinen, haben wir nichts weiter beizufügen.

Immerhin dürfen wir konstatieren, dass die inkonsequente Haltung der leitenden Personen des Händlerstandes, innerhalb der beteiligten Kreise heute nicht nur Kopfschütteln erregt, sondern einer stets zunehmenden Unzufriedenheit Platz macht.

Mit solchen Gegnern allerdings wären die Fabrikanten bald und leicht fertig geworden!

Konsum-Verkäuferinnen und der Schokoladekrieg

Verkäuferinnenversammlung in Baden. (K.-Korr. aus Baden). Die scharfe Märzluft hatte von jeher einen etwas kriegerischen Charakter — das haben schon Minister und Regenten erfahren; das werden nun auch unsere Schokoladeherren zu spüren bekommen. Das ist wenigstens das Gefühl, das uns die, letzten Sonntag stattgehabte Versammlung hinterlassen.

Eröffnet wurde die Tagung durch einen ebenso gelungenen wie erhebenden Gesangsvortrag des Männerchors Frohsinn, worauf Präsident Gantner die etwas über hundert Personen — Verkäuferinnen, Angestellte und Vorstandsmitglieder der umliegenden Konsumvereine — zählende Versammlung begrüsste. Nach dieser Einleitung und nach einem abermaligen Liedervortrag ergriff dann Herr Dr. Faucherre vom V. S. K. das Wort, die Bedeutung des unternommenen Kampfes und die Rolle der Verkäuferinnen auseinander setzend. Reicher Beifall lohnte den Redner für sein ausgezeichnetes Referat, das von Herzen kommend sicher auch in aller Herzen Eingang fand. So haben wir auch alle Ursache zu hoffen, dass der Appell an die aktive Mitwirkung unseres Verkaufspersonals seine Früchte zeitigen wird.

Wie um dem gesprochenen Wort noch einen besondern Nachdruck zu verleihen, folgte sodann die Kostprobe von Unionskakao und ringfreier Schokolade, wozu der Konsumverein Baden in bereitwilligster Weise den Gugelhopf lieferte. Immer animierter wurde die Stimmung unter der Frauenwelt, besonders als die Musik ihre fröhlichen Weisen zum Tanze aufzuspielen begann. Um 5 Uhr schloss die schöne Tagung, die wohl allen Anwesenden in bester Erinnerung bleiben wird.

Versammlung in Bern. Die Versammlung, welche letzten Sonntag in dieser Angelegenheit im Gesellschaftshause der Typographia Bern stattfand, war von zirka 300 Personen besucht und nahm einen in allen Teilen gelungenen Verlauf. Herr Verwalter Schwarz teilte seinen interessanten Vortrag in zwei Teile: im ersten schilderte er den Verlauf der Verhandlungen mit dem Schokoladen-Syndikat bis zum Ausbruche des Krieges, im zweiten erteilte er Instruktionen, die nun angewandt werden müssen,

um den Kampf gegen den Schokoladen-Trust erfolgreich durchführen zu können. In der zwischen beiden Teilen eingehaltenen Pause wurde, wie auch an andern Orten, Kakao Marke «Union» serviert, welcher, nach allseitigem Urteil, vortrefflich mundete. Der ganze Anlass wurde durch prächtig vorgetragene Lieder des Gewerkschaftssängerbundes verschönert.

In lautloser Stille hörten die Anwesenden den Ausführungen des Referenten zu. Um jedoch von andern Versammlungen her bereits Mitgeteiltes hier nicht wiederholen zu müssen, unterlassen wir es, an dieser Stelle näher auf dieselben einzutreten.

Mit dieser imposanten Berner Tagung fand die erste Etappe im Kampfe gegen das Schokoladen-Syndikat einen würdigen Abschluss. Ueberall haben nun die aufklärenden Versammlungen stattgefunden; an den Genossenschaftsbehörden, sowie namentlich am Verkaufspersonal liegt es nun, den interessanten Ausführungen, wie sie z. B. hier in Bern von Herrn Verwalter Schwarz gegeben wurden, Nachachtung zu verschaffen.

Konferenz in Neuenburg. Die Verbandsvereine des Kantons Neuenburg hatten eine Versammlung des Verkaufspersonals auf Sonntag den 8. März nach Neuenburg einberufen, die einen wohlgelungenen Verlauf nahm. Vor einer Zuhörerschaft von 150 Personen, die zu zwei Dritteln aus Frauen bestand, referierte Herr Pronier über die Bedeutung des uns von den Schokoladeherren aufgezwungenen Kampfes. Der Neuenburger Verein hatte es übernommen, die Besucher und Besucherinnen mit Verbandskakao und ringfreier Schokolade zu bewirten und damit den trefflichen Argumenten, soweit sie die Qualität dieser vom Verband gelieferten Produkte betrafen, noch zwingendere Beweiskraft gegeben. Mit Talent und glücklichem Verständnis für die Situation sorgte dann das Personal unseres Neuenburger Verbandsvereins durch Deklamationen, Gesang und die Aufführung zweier Theaterstücke für die weitere Unterhaltung der Anwesenden. Eines der zur Darstellung gebrachten Theaterstücke war eine Genossenschaftsdichtung und erlebte bei dem Anlass seine Uraufführung. Es steht zu erwarten, dass auch der hier in Neuenburg ausgestreute Same gute Früchte zeitigen werde.

In **Interlaken** fand am 8. März ebenfalls mit dem Verkaufspersonal von Interlaken und Grindelwald eine Besprechung der Schokoladenfrage statt.

Solothurner-Versammlung. (Schokoladenkrieg). Aus allen Gauen des Kantons Solothurn wie teilweise auch aus dem Kanton Bern strömte das Verkaufspersonal der verschiedenen Konsumgenossenschaften Sonntag nachmittags, den 8. März 1914 nach Solothurn herbei, zur Anhörung eines Referates des Redaktors des «Genossenschaftlichen Volksblattes», Herrn Ulrich Meyer aus Basel, welcher über die Pflichten des Verkaufspersonals im allgemeinen, sowie über die Aufgaben im gegenwärtigen Schokoladenkrieg sprach. Der grosse Saal des «Rosengarten» war fast bis auf den letzten Platz besetzt, ein beredtes Zeichen, dass sich die Anwesenden der Bedeutung dieser wichtigen Tagesfrage bewusst waren. Der Referent führte eingehends aus, dass es gilt, den Kampf mit den Ring- und Syndikatsfirmen mit Erfolg durchzuführen, was durch die bis jetzt eingesetzte Propaganda ohne Zweifel der Fall sein wird. Er bezeichnete die gestellten Bedingungen der Ringfirmen gegenüber der Zentralleitung des Konsum-Verbandes in Basel als eine keineswegs annehmbare in Berücksichtigung des enormen Jahresumsatzes von beinahe 2 Millionen Franken. Es wird also Pflicht der konsumgenossenschaftlichen Organisation sein, mit ihrer ganzen wirtschaftlichen Machtstellung dem ungerechten diktatorisch-terroristischen Vorschriften der Produzenten entgegen zu treten, eingedenk der prinzipiellen Tendenz der Konsumgenossenschaftsbewegung, der steten Verteurung der Lebenshaltung entgegenzuarbeiten. Das Verkaufspersonal erhielt eingehende Aufklärung über die Ursache sowie über den gegenwärtigen Stand des Kampfes und es unterliegt keinem Zweifel, dass demselben durch treue und einsichtsvolle Mitarbeit zum Siege verholfen wird. Dieser unausbleibliche Sieg «des kaufenden Faktors», welch letzterer scheints nach der modernen Wirtschaftstendenz kein Mitspracherecht hat, wird einem eventuellen gleichen Ansinnen anderer Produzentenverbände wirksam die Spitze brechen. Mit einem warmen Appell an die Genossenschaftstreue schloss der Referent sein mit grossem Beifall aufgenommenes Referat.

Zum Ernst der Sache gesellte sich der gemütliche Teil, welcher die Anwesenden noch manche Stunde in fröhlichster Stimmung zusammenhielt. Eine Kostprobe an alle Teilnehmer in Form vorzüglich zubereiteten Kakaos, Verbands- und ringfreier Provenienz mit Zutaten von Eigengebäck fand allgemeine Anerkennung.

Versammlung des X. Kreises Tessin, Calanca und Misox. Sonntag den 15. März versammelte sich ein grosser Teil des Verkaufspersonals einer grossen Zahl der Konsumvereine des X. Kreises im untern Saale des «Hotel Schweizerhof» in Bellinzona, zur Entgegennahme eines Referates von Herrn Hübner aus Basel über die Lage im gegenwärtigen Kampf der Konsumenten gegenüber dem Schokoladetrust. Anwesend waren etwa 50 Zuhörer. Nach einem flott vorgetragenen Musikstück eröffnete der Präsident des Verwaltungsrates des Konsumvereins Bellinzona, Herr Mariotti, mit kurzen aber wohlgewählten Worten die Versammlung. Er erklärte den Grund der heutigen Tagung und wies darauf hin, wie die «Confederati oltre il Gottardo» an der ausserordentlichen Delegiertenversammlung in Basel, den Fehdehandschuh, den uns die «Schokoladebarone» hingeworfen, aufgenommen haben und nun der Kampf auf der ganzen Linie entbrannt sei. Zum Schluss teilte Herr Mariotti mit, dass uns Herr Hübner vom Verband in Basel in dieser Sache weiteren Aufschluss geben werde. Daraufhin ergriff Herr Hübner das Wort und wir konnten konstatieren, dass der Redner dem «lateinischen Idiom» sehr gut gewachsen ist. Er schilderte das frivole Spiel, das die «Schokoladeherren» mit den Konsumenten treiben und die Mittel, welcher sich die «Union libre» in diesem Kampfe bedient. Die Worte, die Herr Hübner an das Verkaufspersonal richtete, verdienten, dass sie von allen unseren Mitgliedern im Tessin gehört worden wären. Nun, wir hoffen, die verehrten Fräuleins werden das ihrige dazu beitragen, dass solche allen Mitgliedern bekannt werden, denn ganz richtig betonte Herr Hübner, was auch Herr Amrein später in einigen humorvollen Sätzen streifte, dass es hauptsächlich an dem Verkaufspersonal und der Frauenwelt liege, dass wir den Kampf siegreich zu Ende führen können. Dass diese Aussicht im X. Kreise

besteht, zeigte die Begeisterung und der Beifall, der den Worten des Herrn Hübner am Schlusse gezollt wurde. Nun ging es zum gemütlichen Teil über. Die Firmen Cima und Villars hatten für jede Teilnehmerin und Teilnehmer ein kleines «Geschenk» bereit, und wenn wir seinerzeit auch gegen die Geschenkartikel gestimmt haben, so liessen wir doch in diesem Ausnahmefalle das «Gschenkli» in den grossen Taschen unseres Mantels verschwinden. Vorzüglich schmeckte der servierte Kakao «Union» und ein Teilnehmer meinte, der Verband werde solchen sicher los. Einige Freunde des Verwaltungsratsmitgliedes Herrn Hilfiker vereinigten sich zu einem Doppelquartett und brachten einige schöne Lieder zum Vortrage. Der Dank sei den Herren auch an dieser Stelle ausgesprochen. Wie es nun im Tessin einmal ist, kann eine Konferenz, ohne zum Schluss zu einem kleinen Tänzchen zu führen, nicht abgehalten werden, und bald drehten sich denn eine Anzahl Pärchen nach den Weisen des kleinen Orchesters im Reigen. Wir aber gingen mit dem Bewusstsein nach Hause: Der Tessin wird sein «Fähnlein» in diesem uns aufgezwungenen Kampf stellen und nun: «Durch Kampf zum Sieg!» *C. L.*



Grossbritannien.

Englische Konsumvereine als Kolonisatoren. Die Grosseinkaufs-Genossenschaft englischer Konsumvereine, die nun schon in verschiedenen Erdgegenden eigene Niederlagen besitzt, trachtet seit einiger Zeit dahin, auch an der Westküste Afrikas, in Sierra Leone, wirtschaftlich Fuss zu fassen, wobei sie hauptsächlich den Zweck verfolgt, sich das für ihre Seifenproduktion nötige Rohmaterial zu günstigeren Bedingungen als bisher zu beschaffen. Behufs Anbahnung freundlicher Beziehungen zu den Eingeborenen jenes Küstenlandes und um das Projekt der Errichtung einer Niederlage an Ort und Stelle praktisch zu fördern, hatte die Grosseinkaufszentrale im letzten Herbst eine Abordnung von Genossenschaftern, darunter drei ihrer Direktoren, nach Sierra Leone gesandt, die kurz vor Weihnachten zurückgekehrt ist und deren interessante Erlebnisse nun in der «Co-operative News» in Kürze geschildert werden. Das in der Tropenzone gelegene Land ist britisches Protektoratsgebiet und die Vertreter der englischen Genossenschaftszentrale konnten sich den Negerhäuptlingen also gewissermassen als Landsleute vorstellen, die nicht gekommen seien, um ihnen und ihren Stämmen Fehde anzusagen, sondern um in ein friedliches und für beide Teile vorteilhaftes Geschäftsverhältnis mit ihnen zu treten. Die Begegnung mit den Eingeborenen fand in Masumbo statt, einer Ortschaft, die etwa 150 englische Meilen von der nächsten Station der von Freetown ins Innere führenden Bahnlinie entfernt ist. Die englischen Genossenschafter, die von einigen Regierungsbeamten und Ingenieuren begleitet waren — der Distriktskommissär Oberst Warren diente ihnen als Uebersetzer —, erklärten den zahlreich versammelten Häuptlingen nun, dass sie beabsichtigten, eine Oelpress-Anlage und eine Warenverkaufsstelle zu errichten, die dazu dienen würden, dem bisher in der Gegend geübten Produktions- und Handelsverfahren eine neue Grundlage zu geben. Alles, was man von den Landesbewohnern verlange, sei, dass sie dem neuen Unternehmen ihr Vertrauen zuwenden, indem sie ihm gegen gutes Geld ihre Produkte abliefern. Von Zwang sei dabei keine Rede. Jeder, der mit der Niederlassung in Berührung trete, besonders die künftigen Arbeiter des Etablissements, könnten einer freundlichen und humanen Behandlung sicher sein. — Die Häuptlinge gaben darauf in kurzen Worten die Erklärung ab, dass sie bereit seien, das Unternehmen zu fördern. Einer sagte: «Wir wollen euch helfen, wie ihr gekommen seid, uns zu helfen.» Am Tage nach dieser ersten Zusammenkunft fand dann eine weitere Versammlung statt, die ein festliches Gepräge trug und zu der sich an 2000 Schwarze eingefunden hatten. Die Genossenschafter bewirteten ihre neuen Freunde und beschenkten sie. Die Gaben, die sie ihnen darbrachten, bestanden aber nicht in Glasperlen und anderem Firlefanz, wie sie von profitsüchtigen Spekulanten in analogen Fällen bisher zumeist den Eingeborenen verabfolgt wurden, sondern in sehr realen Dingen. Die Häuptlinge erhielten zunächst für sich und ihre Stammesleute zehn junge Stiere, über 50 Säcke Reis, je ein Dutzend schweizerische Kopftücher, ferner Fezkappen, Baumwollgewebe, Zigarren, Zündhölzer, Süssigkeiten und anderes. Dann folgten weitere Zuteilungen an die Unterhäuptlinge, sowie an die Frauen und Kinder. Diese sehr zahlreich vertretene schwarze Weiblichkeit wurde mit Näharbeiten, Seife und einem Paketchen Tabak bedacht, die Kinder erhielten Biskuits und andere, ihrem Gaumen zusagende Dinge. Dagegen wurde kein Tropfen Alkohol verabfolgt. Da sich die Nachricht von der Freigebigkeit der fremden Wohltäter mit Blitzeseile in allen umliegenden Dörfern verbreitete, wurde des andrängenden Volkes immer mehr, aber auch diesen neu Zuströmenden konnte eine Gabe verabfolgt werden. Unter allgemeiner Fröhlichkeit, bei Spiel und Tanz ging der festliche Anlass zu Ende. Es steht zu erwarten, dass dieser erste friedliche Kontakt europäischer Genossenschafter mit afrikanischen Eingeborenen bald gute Früchte zeitigen und vielleicht der Ausgangspunkt einer ganz neuen, vernünftigen und gerechten «Kolonialpolitik» werden wird.



Kreuzlingen. (Z.-Korr.) Ueberall, wo wir hinblicken, sehen wir, dass unsere Gegner mehr denn je daran sind, den Konsumvereinen zuzusetzen und, wo es nur irgend angeht, ihnen Steine in den Weg zu wälzen. Aber alle Mühe ist umsonst, das beweisen uns die jeweiligen Jahresberichte unserer Verbandsvereine, die trotz der wirtschaftlichen Depression überall Fortschritte verzeichnen.

So sind auch in Kreuzlingen das letzte Jahr grosse Anstrengungen gemacht worden, dem hiesigen Allgemeinen Konsumverein Kreuzlingen (A. K. K.) die Mitglieder und Kunden abtrünnig zu machen, mit welchem Erfolg, zeigt nun der uns vorliegende Jahresbericht. Darnach betrug der Gesamtumsatz des A. K. K. vom 1. Januar bis Ende Dezember 1913 Fr. 633,421, das macht gegenüber dem Vorjahre eine Vermehrung von Fr. 119,162 oder 23%. Auch die Mitgliederzahl hat trotz oder vielleicht gerade wegen der Wühlarbeit unserer Gegner um weitere 276 zugenommen.

Vom Verband schweiz. Konsumvereine wurden Waren im Betrag von Fr. 428,312, gegenüber Fr. 334,887 im Vorjahre, bezogen. Unsere Bäckerei, die am 1. Mai 1912 dem Betrieb übergeben wurde, hat die in sie gesetzten Erwartungen ebenfalls erfüllt. Auch sie hat eine bedeutende Umsatzsteigerung aufzuweisen. Zurzeit werden darin 5 Mann beschäftigt, die in Tag- und Nachtschicht arbeiten. Verbacken wurden im letzten Rechnungsjahr 319,120 kg Mehl. Der Wert des abgelieferten Gross- und Kleinbrotes betrug Fr. 143,045. Von dem wegen der bekannten Misswirtschaften der verschiedenen thurgauischen Sparinstitute in weiten Kreisen herrschenden begreiflichen Misstrauen blieb die Sparkasse des A. K. K. verschont. Die Spareinlagen per 1913 betrugen Fr. 42,718; die Guthaben von 315 Sparern Ende Dezember 1913 Fr. 76,853; das Obligationenkonto Fr. 31,700 Ende 1912 und Fr. 34,250 Ende 1913. Auch hier ist

demnach eine Zunahme zu verzeichnen. An Steuern mussten im ganzen pro 1913 Fr. 3611 bezahlt werden. Der Nettoüberschuss pro 1913 beträgt Fr. 43,335. Die Verwendung desselben wurde von der Verwaltung der Generalversammlung vorgeschlagen wie folgt: 7% Rückvergütung auf Ladenwaren, 4% Rückvergütung auf Bezüge von Vereinslieferanten und Einlage in den Reservefonds: Fr. 5000.

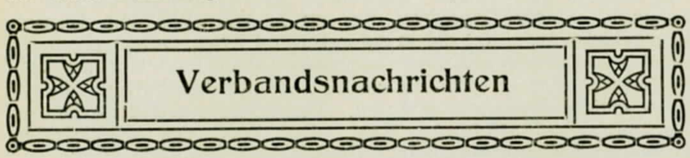
Ueber die inzwischen stattgehabte Generalversammlung selbst kann ich mich kurz fassen. Vor Eintreten auf den eigentlichen Geschäftsbericht hielt Herr Fürsprech J. Huber aus Rorschach ein Referat über Schokoladekrieg und Bellallianz, das beide Thema treffend behandelte und sehr beifällig aufgenommen wurde. Erfreulich war auch die grosse Zahl der anwesenden Genossenschafterinnen, die den 1½stündigen Ausführungen des Referenten mit sichtlichem Interesse folgten.

Die Diskussion über die Jahresrechnung selbst, sowie über die vorgeschlagene Verwendung des Betriebsüberschusses wurde wenig benutzt. In der nun folgenden Abstimmung wurde denn auch der Antrag des Vorstandes auf 7% Rückvergütung, trotz eines von einem Mitgliede eingebrachten Antrages auf 8% mit allen gegen 3 Stimmen angenommen. Die Neuwahlen fielen sämtliche in bestätigendem Sinne aus. So sind denn jene, die sich vielleicht schon auf hitzige Auseinandersetzungen betreffs höherer Rückvergütung freuten, nicht auf ihre Rechnung gekommen.

Es dürfte ferner unsere Genossenschaftsfreunde von Nah und Fern interessieren zu vernehmen, dass der A. K. Kreuzlingen auch über der Landesgrenze, *in Konstanz, zirka 400 Mitglieder, und zwar fast durchweg gut konsumierende*, besitzt, die, die Unannehmlichkeiten des Grenzverkehrs nicht achtend, oft ¾ bis 1 Stunde von unserer Grenzfiliale wohnen und trotzdem ihren ganzen Bedarf bei uns decken. Im Grenzverkehr mit Deutschland dürfen nämlich nicht über 250 Gramm von demselben Artikel hinübergenommen werden, Kaffee noch weniger. Es sind deshalb diese Mitglieder gezwungen, den weiten Weg mehrmals im Tage zu machen. Allerdings kommt auch in Betracht, dass die meisten Sachen in Konstanz selbst mehr kosten. Brot kann von einer Haushaltung täglich 3 Kilo hinübergetragen werden, sofern dieselbe im Besitz einer Brotkarte ist, die auf Ansuchen vom Bürgermeisteramt Konstanz ausgestellt wird und jährlich 30 Pfennig kostet.

Auf Anregung einiger Konstanzer Genossenschafter, die dem dortigen eingegangenen Konsumverein angehörten, entschloss sich die Verwaltung des A. K. K. im Jahre 1907, an der Konstanzer Grenze eine Filiale zu errichten. Es war unsere erste Filiale, die aber in den ersten zwei Jahren unser Schmerzenskind war, jetzt aber neben dem Hauptgeschäft die *grössten Umsatzziffern* aufweist und hauptsächlich von unseren Mitgliedern über der Grenze frequentiert wird. Der Umsatz dieser Filiale betrug im verflossenen Jahre Fr. 151,850. Wir haben also hier noch mehr wie anderswo eine internationale Genossenschaft.

Um nun mit den Konstanzer Mitgliedern einige gemütliche Stunden zu verbringen und zugleich für unsere Genossenschaft neue Freunde zu gewinnen, hatte die Verwaltung des A. K. K. auf denselben Tag wie die Generalversammlung einen Familienabend im Burghofsaal in Konstanz veranstaltet, der sich ebenfalls eines sehr guten Besuches erfreute. Alle verfügbaren Plätze waren besetzt. Die Unterhaltung wurde durch einen Liedervortrag des Männerchors «Vorwärts» in Konstanz eröffnet. Nachher sprachen Verbandssekretär U. Meyer, Basel, über: Die Frauen in der Konsumgenossenschaft, und als zweiter Redner Karl Grosshans, Konstanz, Mitglied der Aufsichtskommission des A. K. K., über: Zweck und Ziele der Konsumgenossenschaften. Der Kürze halber muss ich es leider unterlassen, auf diese beiden Referate, welche sehr aufmerksam angehört wurden und den verdienten reichen Beifall ernteten, näher einzugehen. Dann folgten weitere Liedervorträge des gemischten Chors, sowie des Männerchors «Vorwärts» und humoristische Einlagen in bunter Reihenfolge. Kurzum, es war ein lehrreicher und gemütlicher Abend, der die Teilnehmer bis zur Mitternachtsstunde beisammenhielt und wohl allen, die dabei waren, noch recht lange in angenehmer Erinnerung bleiben wird. Allen Mitwirkenden, speziell den beiden Referenten, sowie auch Herrn Huber für sein Referat an der Generalversammlung, sei hiemit der beste Dank abgestattet.



Quartiere für die Delegiertenversammlung in Bern. Bis 16. März haben 87 Verbandsvereine insgesamt zirka 330 Quartiere bestellt. Dazu werden noch zirka 50—60 für die Gäste und Behördenmitglieder des V. S. K. kommen. Von gegen 300 Verbandsvereinen steht ein Bericht noch aus. Wir nehmen an, vorstehende Notiz sollte eine Beschleunigung der noch rückständigen Anmeldungen bewirken.

Zirkular betr. Zolltarifrevision. Dem Warenbericht dieser Woche wurden je zwei Zirkulare zu Handen der Vorstände der Verbandsvereine beigelegt, durch welche die Vorstände ersucht werden, ihre Wünsche zur bevorstehenden Zolltarifrevision bis Ende Mai 1913 an die V. K. V. S. K. bekannt zu geben.

Sollte die eine oder andere Verwaltung nicht in den Besitz des Zirkulars gelangt sein, erbitten wir umgehenden Bericht.

Statistische Fragebogen pro 1913. Vom 13. März bis zum 19. März 1914 liefen Fragebogen ein von:

132. Amriswil, 133. Kreuzlingen, 134. Brusino-Arsizio, 135. Balerna, 136. Einsiedeln, 137. Grafstall-Kemptthal, 138. Steckborn, 139. Freienstein-Rorbas, 140. Uetendorf, 141. Aefligen, 142. Court, 143. Lachen, 144. Lyss, 145. Stäfa, 146. Niedergerlafingen, 147. Villeret, 148. Mühleholz-Schaan, 149. Heiden, 150. Isérables, 151. Oberkemptthal-Effretikon, 152. Olten, 153. Rüti-Tann.

Umsatz pro Februar 1914. Der Umsatz erreichte die Höhe von

Fr. 3,397,519.55

gegenüber Fr. 3,113,297.75 im gleichen Monat des Vorjahres. Die Zunahme beträgt Fr. **284,221.80** oder **9,13%**.

Eintragung neuer Verbandsmarken. Das «**Schweiz. Handelsamtsblatt**» vom 13. März publiziert nachfolgende Eintragungen, wovon wir unsere Vereinsverwaltungen Notiz zu nehmen bitten:

Nr. 35118. — 9. März 1914, 8 Uhr.

Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)

Fabrikation und Handel,

Basel (Schweiz).

Kolonialwaren, Fettartikel, Brennmaterialien, Manufakturwaren, Schuhwaren, Papierwaren, Bureauartikel, Nahrungs- und Genussmittel, Waschartikel, Haushaltungsartikel.



Nr. 35119. — 9. März 1914, 8 Uhr.

Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)

Fabrikation und Handel,

Basel (Schweiz).

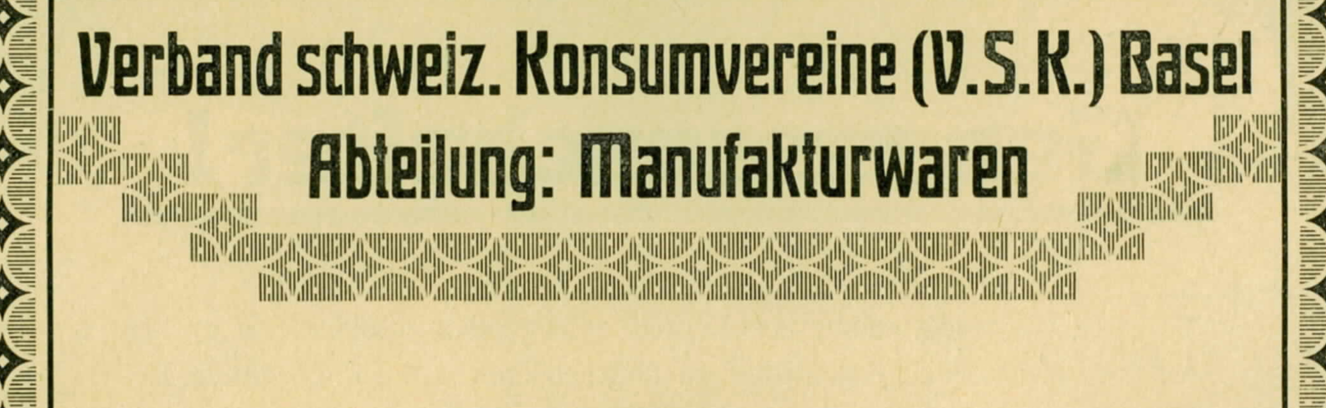
Kolonialwaren, Fettartikel, Brennmaterialien, Manufakturwaren, Schuhwaren, Papierwaren, Bureauartikel, Nahrungs- und Genussmittel, Waschartikel, Haushaltungsartikel.

CO-OP

Redaktionsschluss 19. März.

Redaktion: Dr. Henry Faucherre.

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: **Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)** Für denselben: Dr. **Oskar Schär.**



Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel
Abteilung: Manufakturwaren

Die

neuen Muster-Kollektionen für Herrenkleiderstoffe

für die Sommer-Saison 1914

liegen bei den Verbandsvereinen zur Einsicht auf, sie umfassen eine

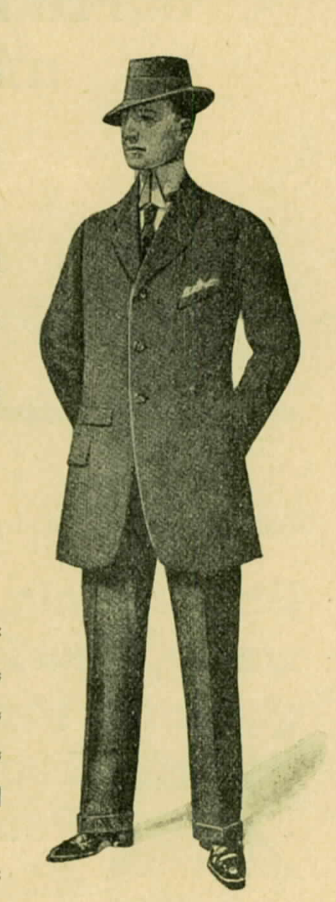
Nouveautés-Kollektion

für Herren- u. Knaben-Kleider

ein Spezialbuch für Hosenstoffe

:: und eine Kollektion für ::

leichtere Herrenanzüge und Damen-Kostüme



In Zukunft können die in den Kollektionen bemusterten Tücher auch in **fertigen** Kleidungsstücken bezogen werden. Wir verweisen diesbezüglich auf den der Kollektion beiliegenden **Façon-Katalog.**

Jeder Genossenschafter sollte im Bedarfsfall unsere Muster prüfen.

Die Qualitäten sind sehr preiswert, aus erstklassigen Fabriken und erprobt.